



2018年12月期本決算説明会

2019年2月6日

 **SOFTBRAIN** Co.,Ltd.



コンテンツ

I. 本日のハイライト

II. 2018年12月期業績

III. 取り組み実績と計画

IV. 2019年12月期業績予想

Appendix

コンテンツ

I. 本日のハイライト

II. 2018年12月期業績

III. 取り組み実績と計画

IV. 2019年12月期業績予想

Appendix

本日のハイライト

1 業績

- 過去最高を更新し、売上高13.6%増・営業利益30.0%増
 - ✓売上は、営業イノベーション事業およびフィールドマーケティング事業が牽引
 - ✓利益は、全事業セグメントで増益

2 中期経営計画の状況

- 中期経営計画初年度は売上高・利益ともに計画をクリア
- 成長戦略
 - ✓営業イノベーション事業ではプロダクト、サービス、チームの構造改革に着手
 - ✓フィールドマーケティング事業では地方拠点を増設・拡大し、オペレーション体制を強化

3 施策取り組み計画

- 中期経営計画の2年目として、構造改革を加速
 - ✓営業イノベーション事業では研究開発、製品開発、UI/UX強化に戦略的投資を実施
 - ✓フィールドマーケティング事業では、BtoB企業をターゲットにしたフィールドマーケティング提案を強化

コンテンツ

I. 本日のハイライト

II. 2018年12月期業績

III. 取り組み実績と計画

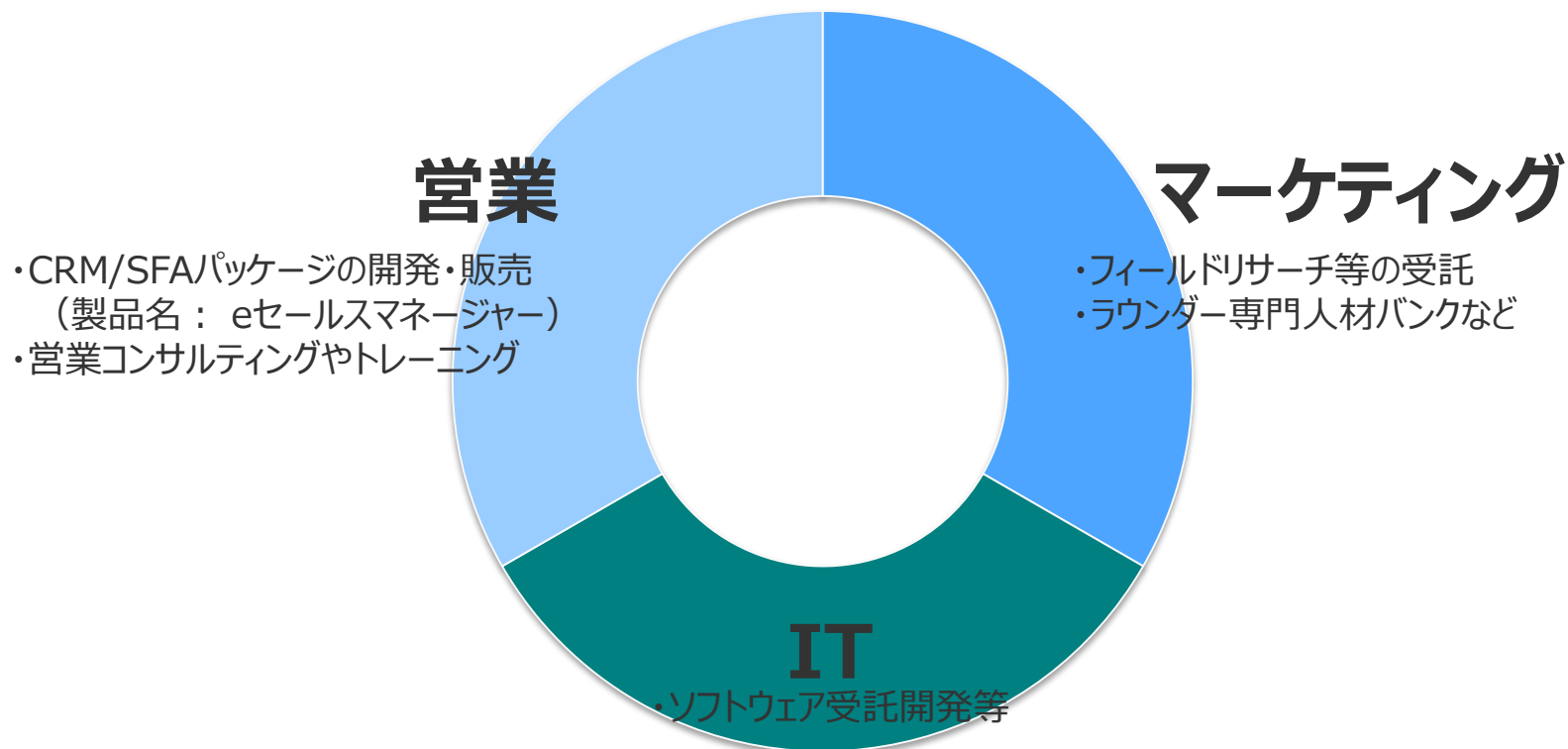
IV. 2019年12月期業績予想

Appendix

－ プロセスマネジメント×IT －

日本の働き方を革新する
リーディングカンパニーへ

グループ事業概要



お客様が抱える営業・マーケティング・ITに関する課題を、
包括的に支援し、**ワンストップ**で課題解決

事業セグメント

営業イノベーション事業、フィールドマーケティング事業を軸に、
4つの事業で、企業の営業・IT・マーケティングをワンストップで支援

営業・IT

営業イノベーション事業

(旧セールスマネージャー関連事業)

営業支援システム (CRM/SFA)

営業コンサルティング

ソフトブレン(株)

ソフトブレン・サービス(株)

ソフトブレン・インテグレーション(株)

マーケティング

フィールドマーケティング事業

フィールド活動業務

マーケットリサーチ

ソフトブレン・フィールド(株)

IT

システム開発事業

ソフトウェア受託開発

ソフトブレン・オフショア(株)

マーケティング

出版事業

ビジネス書籍の
企画・編集・発行

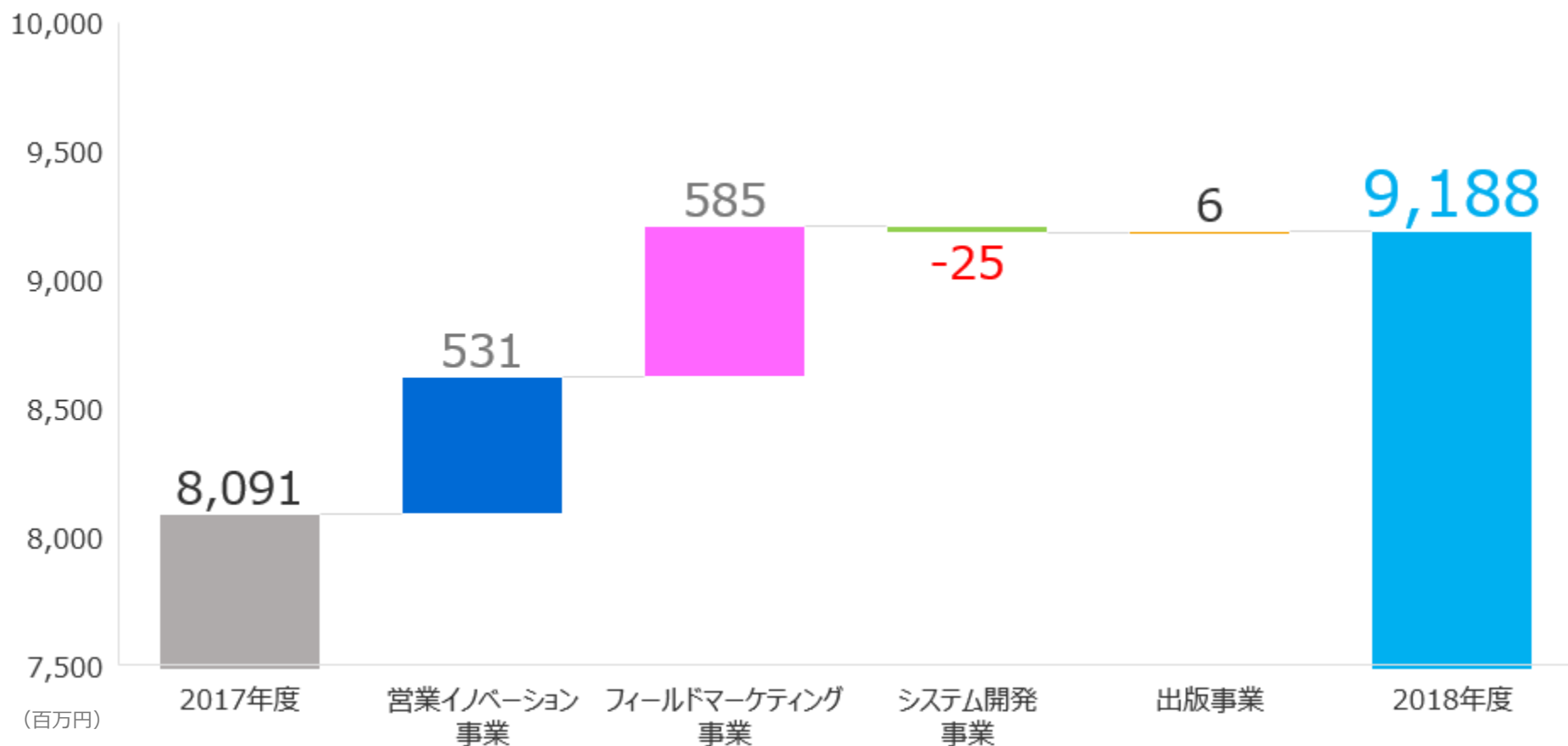
(株)ダイヤモンド・ビジネス企画

2018年度連結業績

- ・売上高は前年同期比13.6%の増収、営業利益は同30.0%増益での着地
- ・営業イノベーション事業、フィールドマーケティング事業が売上高をけん引し、過去最高売上・利益を更新

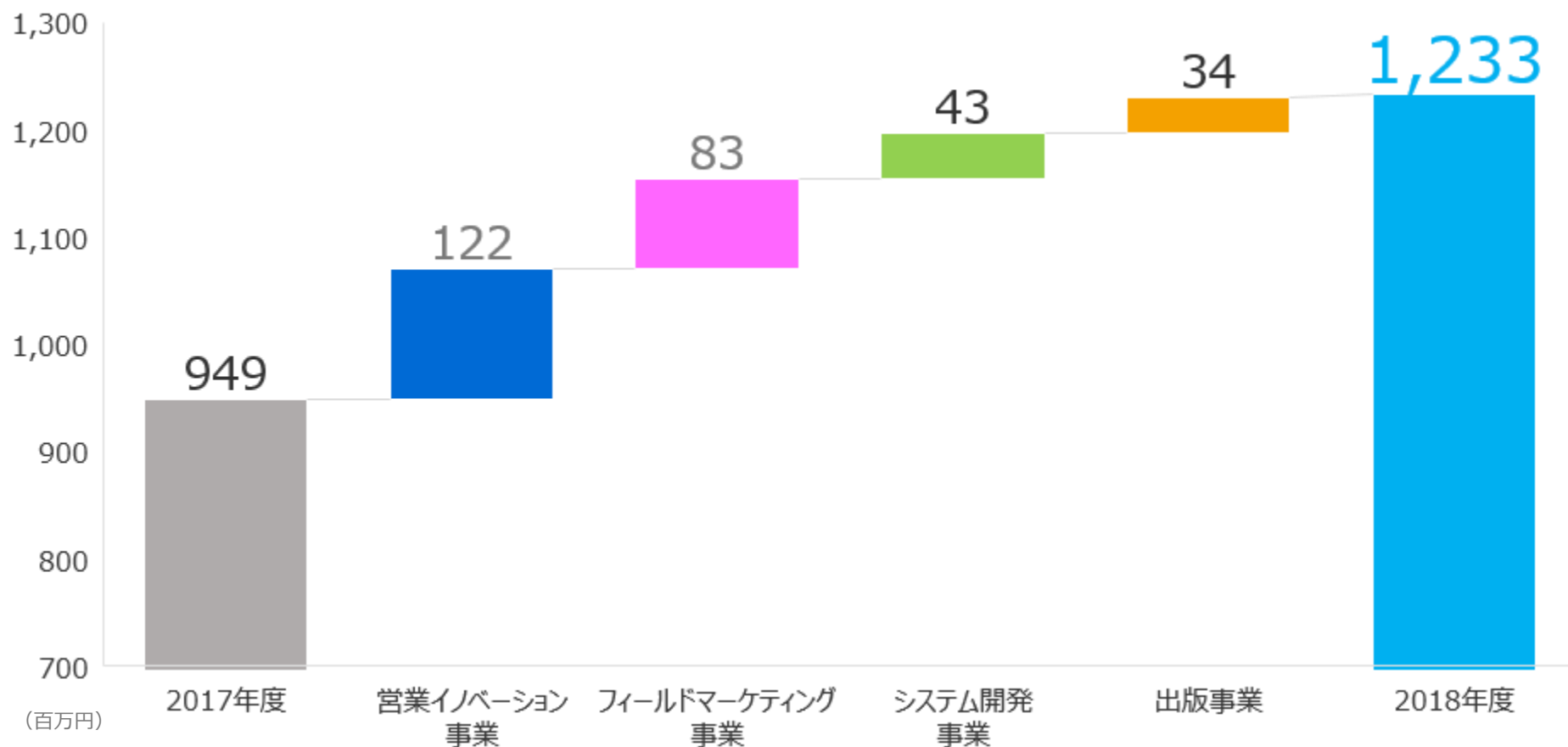
単位：百万円	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
2018年12月期	9,188	1,233	1,240	796
2017年12月期	8,091	949	952	636
前年同期比	113.6%	130.0%	130.2%	125.2%
期初予想値	8,900	1,150	1,150	750
期初予想比	103.2%	107.2%	107.8%	106.1%

セグメント別売上高増減内訳



営業イノベーション事業とフィールドマーケティング事業が売上高を牽引

セグメント別利益増減内訳



全事業セグメントで前期比増益

営業イノベーション事業業績

- ・ CRM/SFAシステム「eセールスマネージャー」がクラウド型を中心に伸長し2桁の増収増益

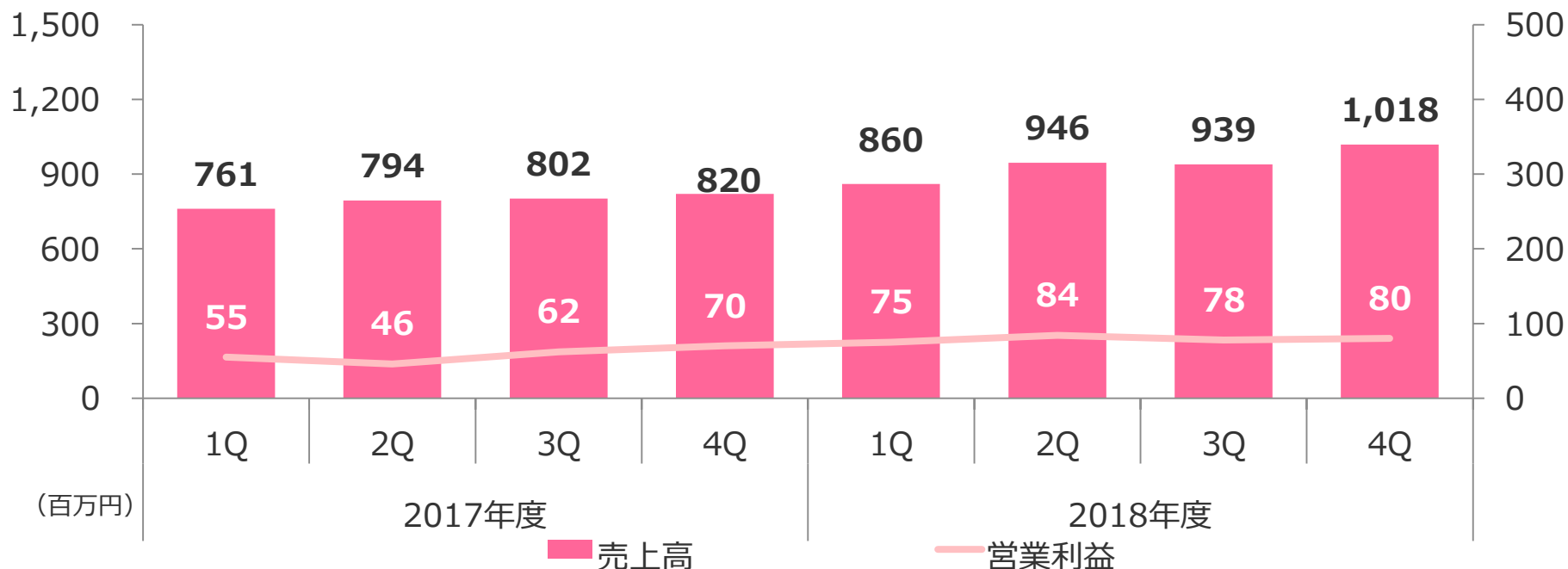
	2017年度	2018年度	前期比
売上高	4,161百万円	4,692百万円	+12.8%
セグメント利益	720百万円	843百万円	+17.0%



フィールドマーケティング事業業績

- ・新規営業に注力した結果、スポット案件が増加し、2桁の増収増益

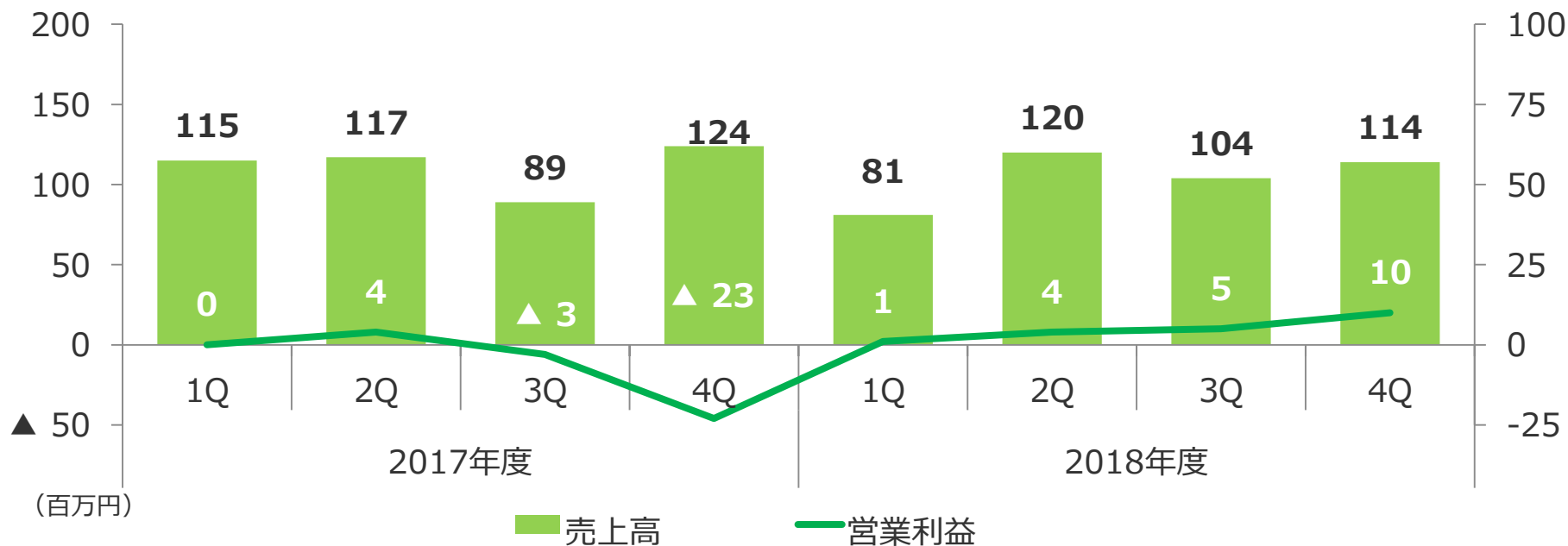
	2017年度	2018年度	前期比
売上高	3,177百万円	3,763百万円	+18.4%
セグメント利益	233百万円	317百万円	+35.6%



システム開発事業業績

- 一部大型案件縮小の影響で減収もプロジェクト体制の見直しにより収益を改善

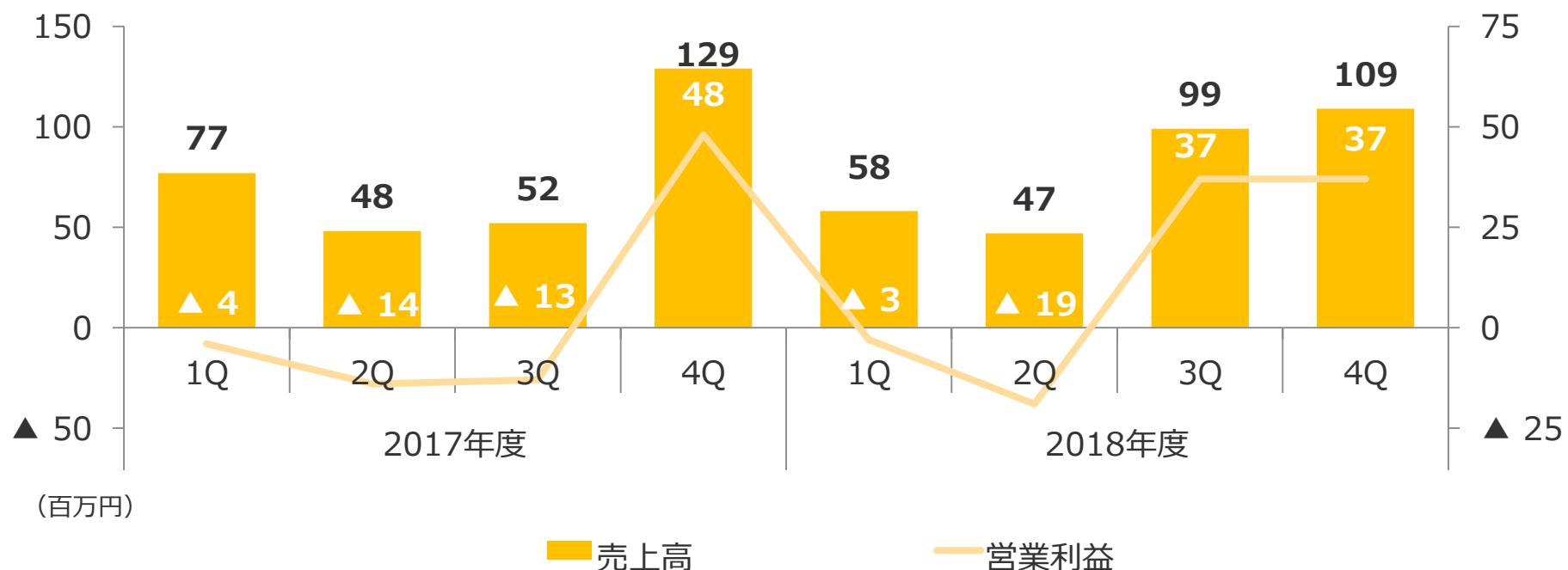
	2017年度	2018年度	前期比
売上高	445百万円	419百万円	▲5.8%
セグメント利益	▲22百万円	20百万円	-



出版事業業績

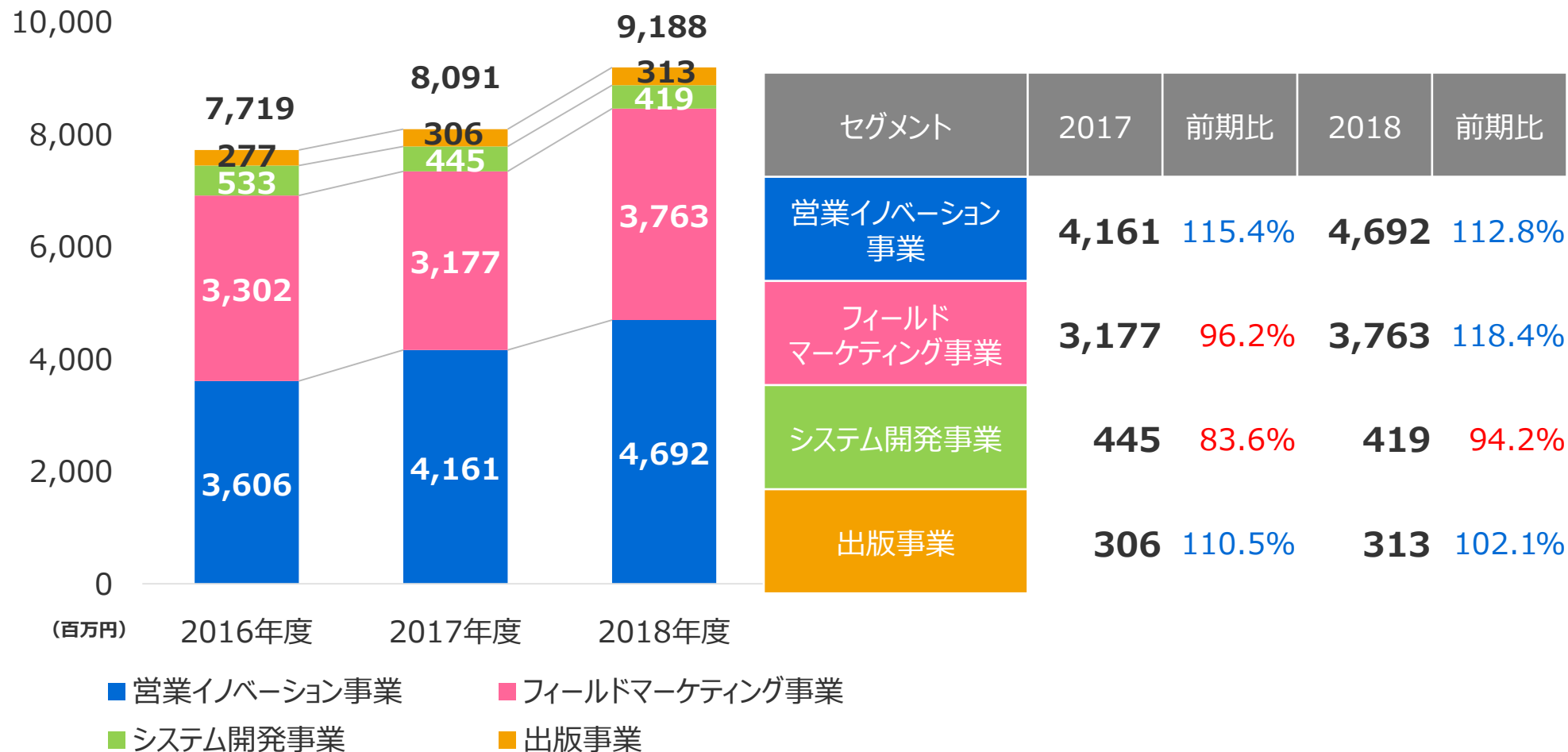
・下期に出版書籍の増刷があり売上・利益に貢献し、増収増益

	2017年度	2018年度	前期比
売上高	306百万円	313百万円	+2.1%
セグメント利益	17百万円	52百万円	+198.1%



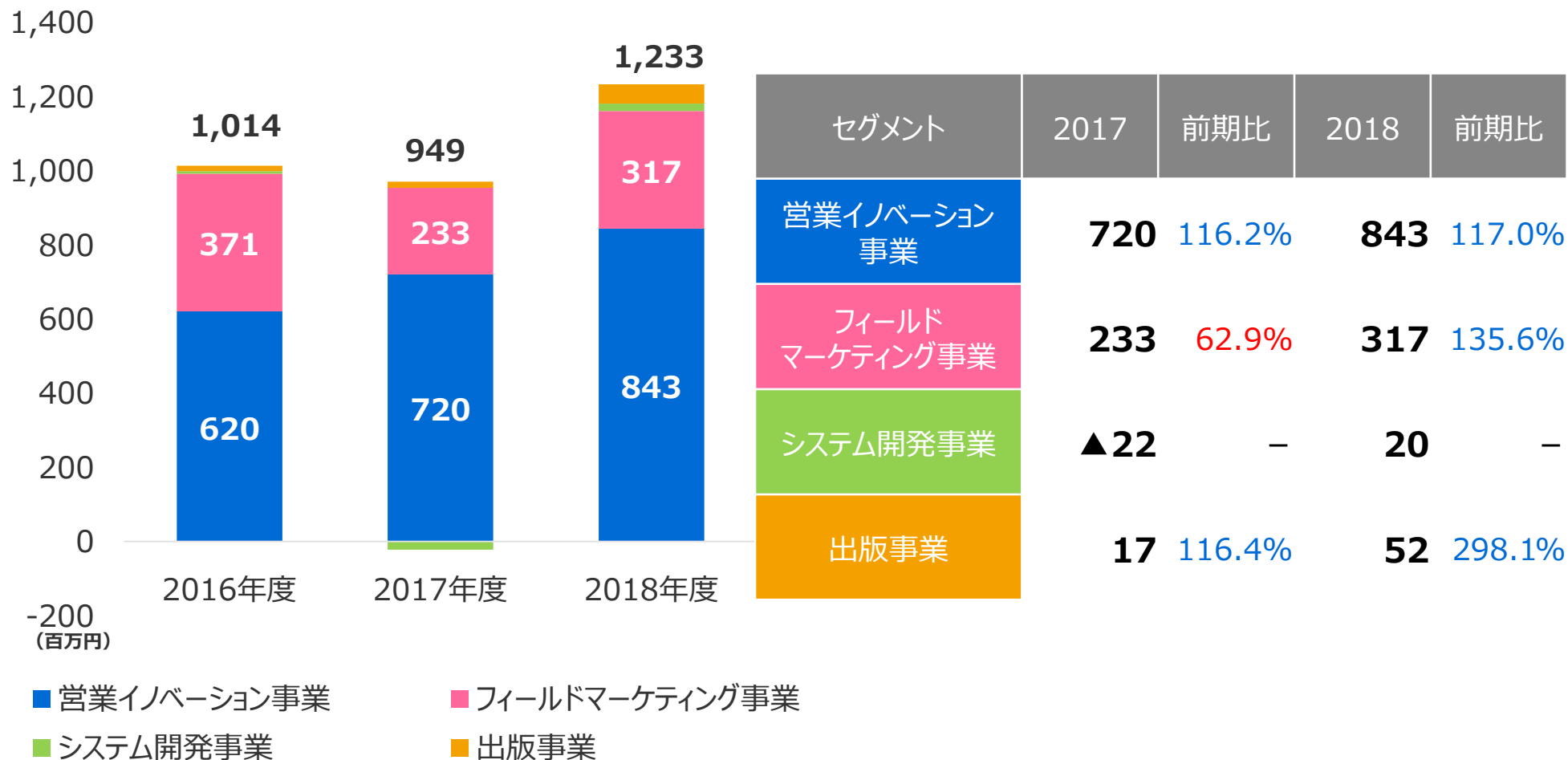
直近3ヶ年のセグメント別売上高推移

- ・ 営業イノベーション事業は、2017年度に引き続き大型案件を受注し、2桁の増収を維持
- ・ フィールドマーケティング事業は2017年度減収も、新規営業への注力で増収に転じる



直近3カ年のセグメント別利益推移

- ・ 営業イノベーション事業はストック売上増加の結果、利益も2桁伸長
- ・ フィールドマーケティング、システム開発が増益に転じ、全セグメントで前期比増を達成



連結業績推移

(単位：億円)

過去最高売上高
過去最高益 (営業・経常・当期すべて)
更新



コンテンツ

I. 本日のハイライト

II. 2018年12月期業績

III. 取り組み実績と計画

IV. 2019年12月期業績予想

Appendix

中期経営計画の基本方針と重点施策

基本方針

収益構造の改革により、
2021年以降の急成長を目指す
「フローからストックの収益モデルへ」

重点施策

- ① 既存ビジネスの継続成長
- ② 新規ビジネスによる成長のための構造改革

次期中計対象期間
売上拡大（成長フェーズ）

中期経営計画
構造改革（準備フェーズ）

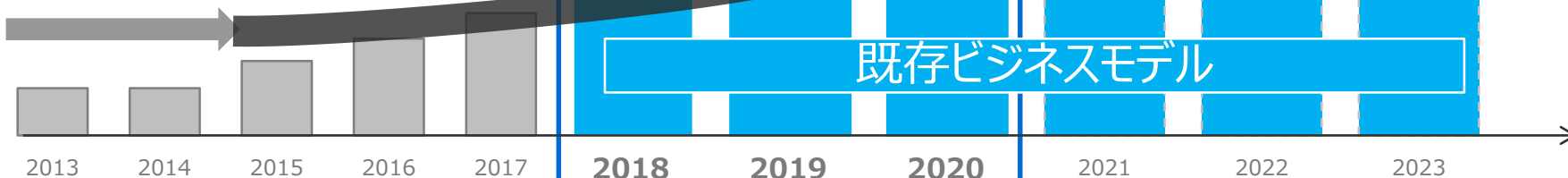
構造改革期

新規ビジネスモデル

既存ビジネスモデル

構造改革
（準備フェーズ）

売上拡大
（成長フェーズ）



ソフトブレイングループの数値目標

2020年度 売上**113**億円、営業利益**15**億円(営業利益率**14%**)

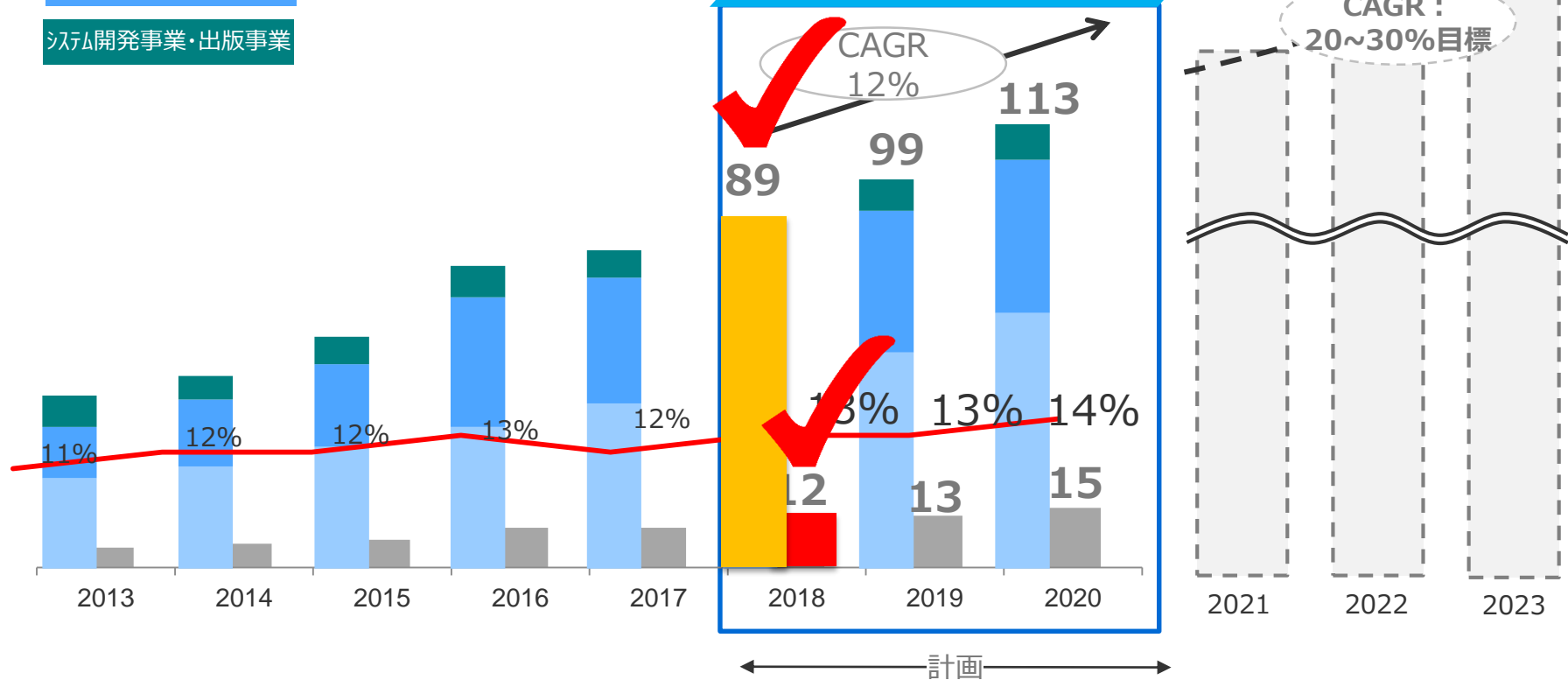
次中計対象期間
売上拡大(成長フェーズ)

(単位: 億円)

- 営業イノベーション事業
- フィールドマーケティング事業
- システム開発事業・出版事業

- 営業利益
- 営業利益率

中期経営計画
構造改革(準備フェーズ)

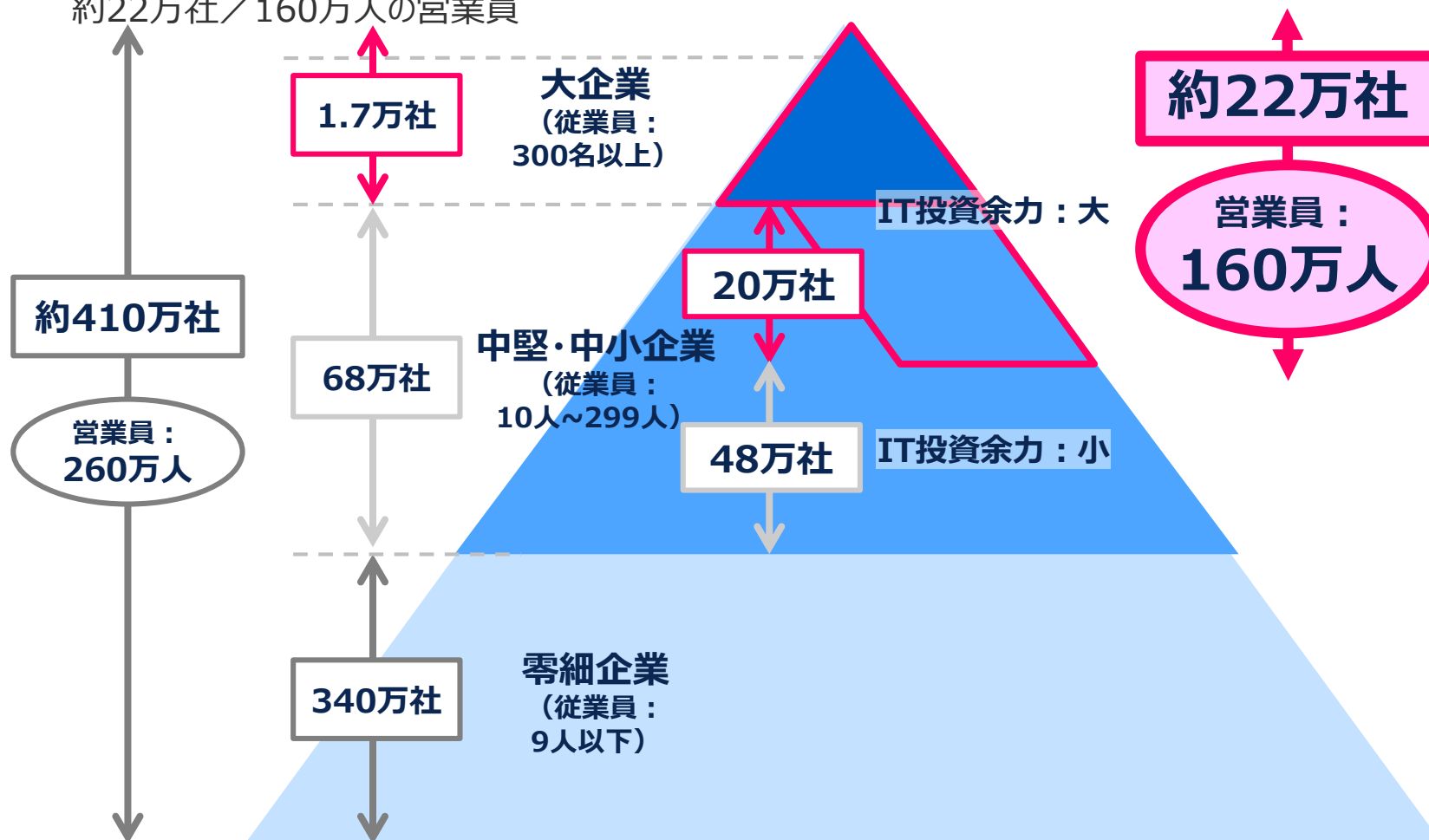


1 営業イノベーション事業の実績と計画

1 営業イノベーション事業

対象市場の分析～ターゲット

本中計のターゲットは、IT投資余力のある「大企業」と「黒字の中堅・中小企業」の約22万社／160万人の営業員



出所：法人企業統計、国税庁「会社標本調査 平成26年度版」

1 営業イノベーション事業

対象市場のポテンシャル

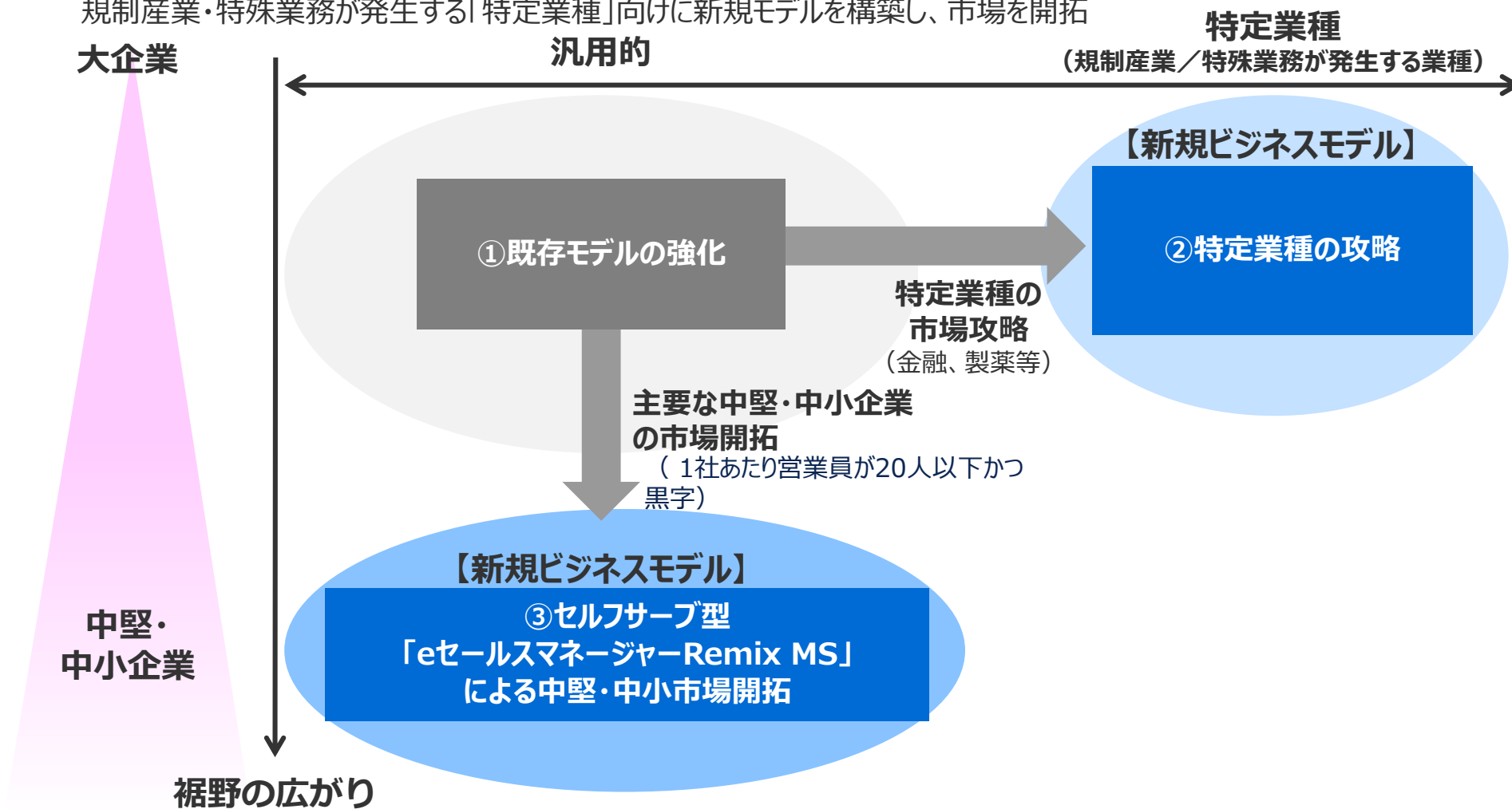
生産性を実現するSFAは導入比率で14%、アクティブ率で3%程度に留まっており、十分な成長余地が存在

	対象 企業数	想定導入 企業数	SFA 導入比率	想定 アクティブ 企業数	SFA アクティブ率
大企業	1.7万社	0.5万社	30%	0.13万社	8%
黒字の 中堅・ 中小企業	20万社	2.6万社	13%	0.65万社	3%
			14%		3.5%

1 営業イノベーション事業

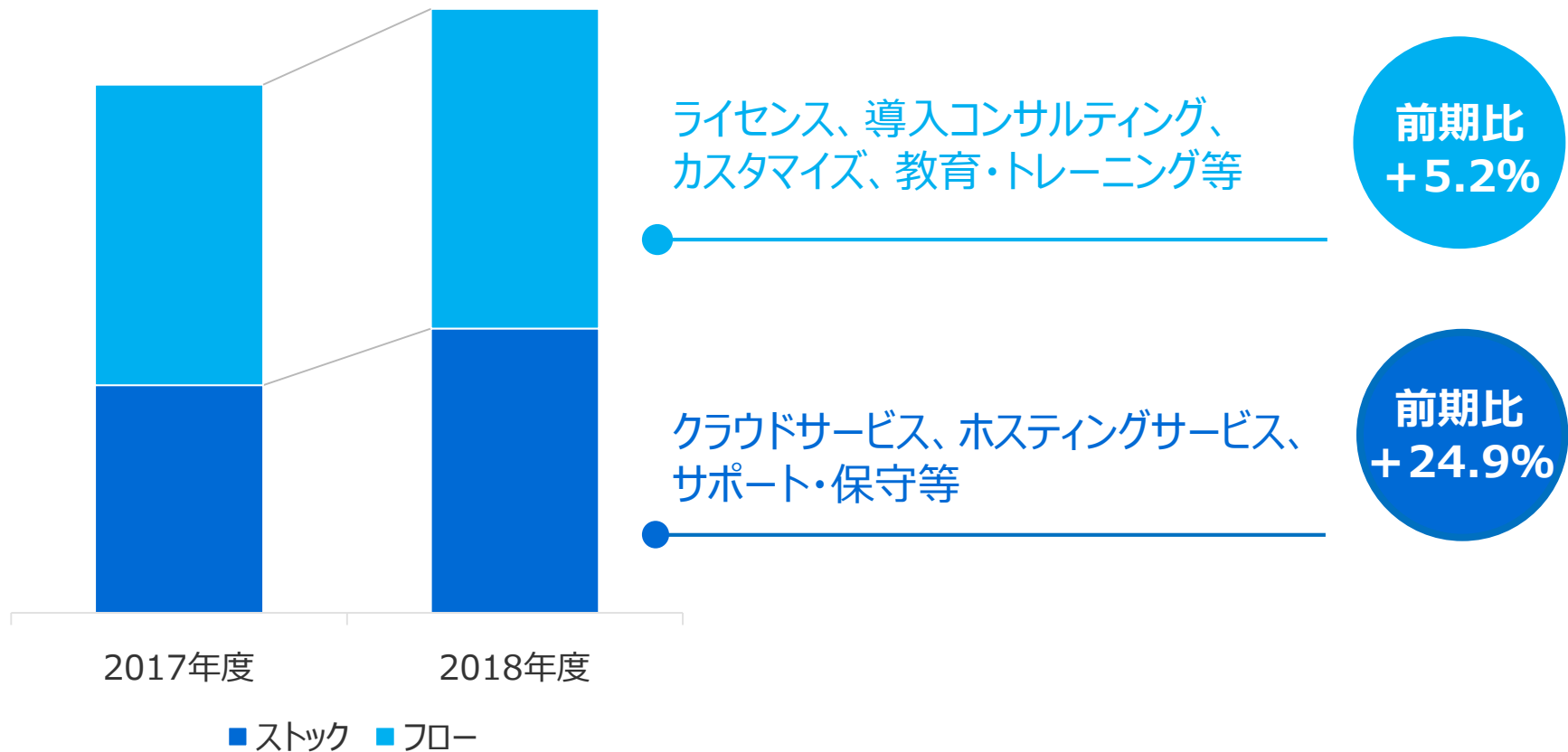
成長戦略

「既存モデルの強化」に加え、アプローチしきれていなかった「中堅・中小企業」と
規制産業・特殊業務が発生する「特定業種」向けに新規モデルを構築し、市場を開拓



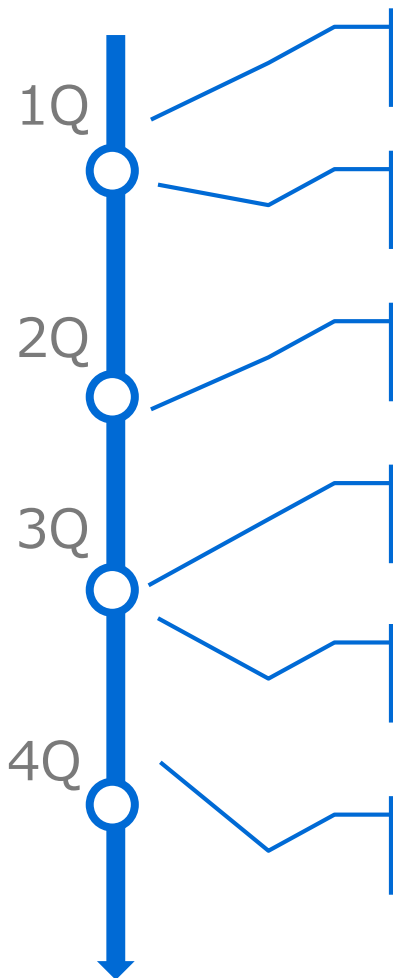
1 営業イノベーション事業

1.1 フローからストックの収益モデルへ



1 営業イノベーション事業

1.2 2018年の主な導入・活用事例



- 1月 アイロボットジャパン合同会社
- 2月 ヒューマンリソシア株式会社
- 5月 インボイス株式会社
- 8月 株式会社クレディセゾン
- 8月 株式会社ニチレイフーズ
- 10月 タイガー魔法瓶株式会社

2018年1月1日
ソフトウェア導入事例

ロボット連携システム(Robot連携)の導入
業務効率化を実現し、コスト削減を実現

ロボット連携システム(Robot連携)とは、ロボットの動作状況をリアルタイムで監視・制御し、作業内容や作業状況などをクラウド上で一元管理できるシステムです。

導入により、ロボットの稼働状況をリアルタイムで把握でき、作業内容や作業状況などをクラウド上で一元管理できるようになりました。また、ロボットの稼働状況をリアルタイムで把握でき、作業内容や作業状況などをクラウド上で一元管理できるようになりました。

Robot

2018年5月1日
ソフトウェア導入事例

業務効率化システム(CRM/ERP)の導入
業務効率化を実現し、コスト削減を実現

業務効率化システム(CRM/ERP)とは、業務効率化を実現し、コスト削減を実現するためのシステムです。

導入により、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。また、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。

INVOICE

2018年8月22日
ソフトウェア導入事例

業務効率化システム(CRM/ERP)の導入
業務効率化を実現し、コスト削減を実現

業務効率化システム(CRM/ERP)とは、業務効率化を実現し、コスト削減を実現するためのシステムです。

導入により、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。また、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。

ニチレイフーズ

2018年4月24日
ソフトウェア導入事例

業務効率化システム(CRM/ERP)の導入
業務効率化を実現し、コスト削減を実現

業務効率化システム(CRM/ERP)とは、業務効率化を実現し、コスト削減を実現するためのシステムです。

導入により、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。また、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。

human

2018年8月15日
ソフトウェア導入事例

業務効率化システム(CRM/ERP)の導入
業務効率化を実現し、コスト削減を実現

業務効率化システム(CRM/ERP)とは、業務効率化を実現し、コスト削減を実現するためのシステムです。

導入により、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。また、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。

ASIAN CREDIT SOLUTION Co., Ltd.

2018年10月21日
ソフトウェア導入事例

業務効率化システム(CRM/ERP)の導入
業務効率化を実現し、コスト削減を実現

業務効率化システム(CRM/ERP)とは、業務効率化を実現し、コスト削減を実現するためのシステムです。

導入により、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。また、業務効率化を実現し、コスト削減を実現できるようになりました。

TIGER

※記載しているのはプレスリリースの発表許可を得た企業様のみです

1 営業イノベーション事業

1.3 3つの構造改革を推進

プロダクト

- 既存製品のさらなる使い勝手向上
- 中小企業向け製品のスケールUP

サービス

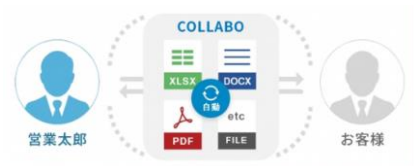
- カスタマーサクセスとセルフサービス
- サービスQCDの向上

チーム

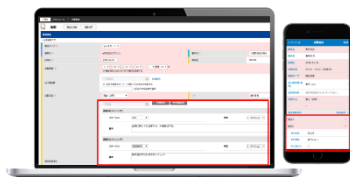
- 開発体制の強化
- 教育研修への投資増

1 営業イノベーション事業

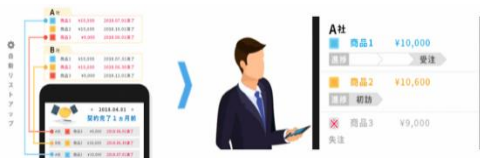
1.3.1 プロダクト：2018年の主な新機能



社内外との情報共有が可能な
コラボレーション機能実装



1回の入力で複数商材のステータスを
管理できる機能を実装



継続的な企業接点維持や
商談発掘の実現を支援する機能を実装

1 営業イノベーション事業

1.3.1 プロダクト：インサイドセールスで中小企業のニーズを収集、機能強化に反映



中小企業向けのeセールスマネージャーRemix MSのサイトをリニューアル

中小企業の課題、ニーズに合わせた訴求を行い、トライアルにつなげていくためにサービスサイトをリニューアル。



セルフサービス型製品の仕組みが特許を取得

アンケート結果をもとに自動的に業務にフィットしたシステム環境を用意するプログラムが特許を取得。

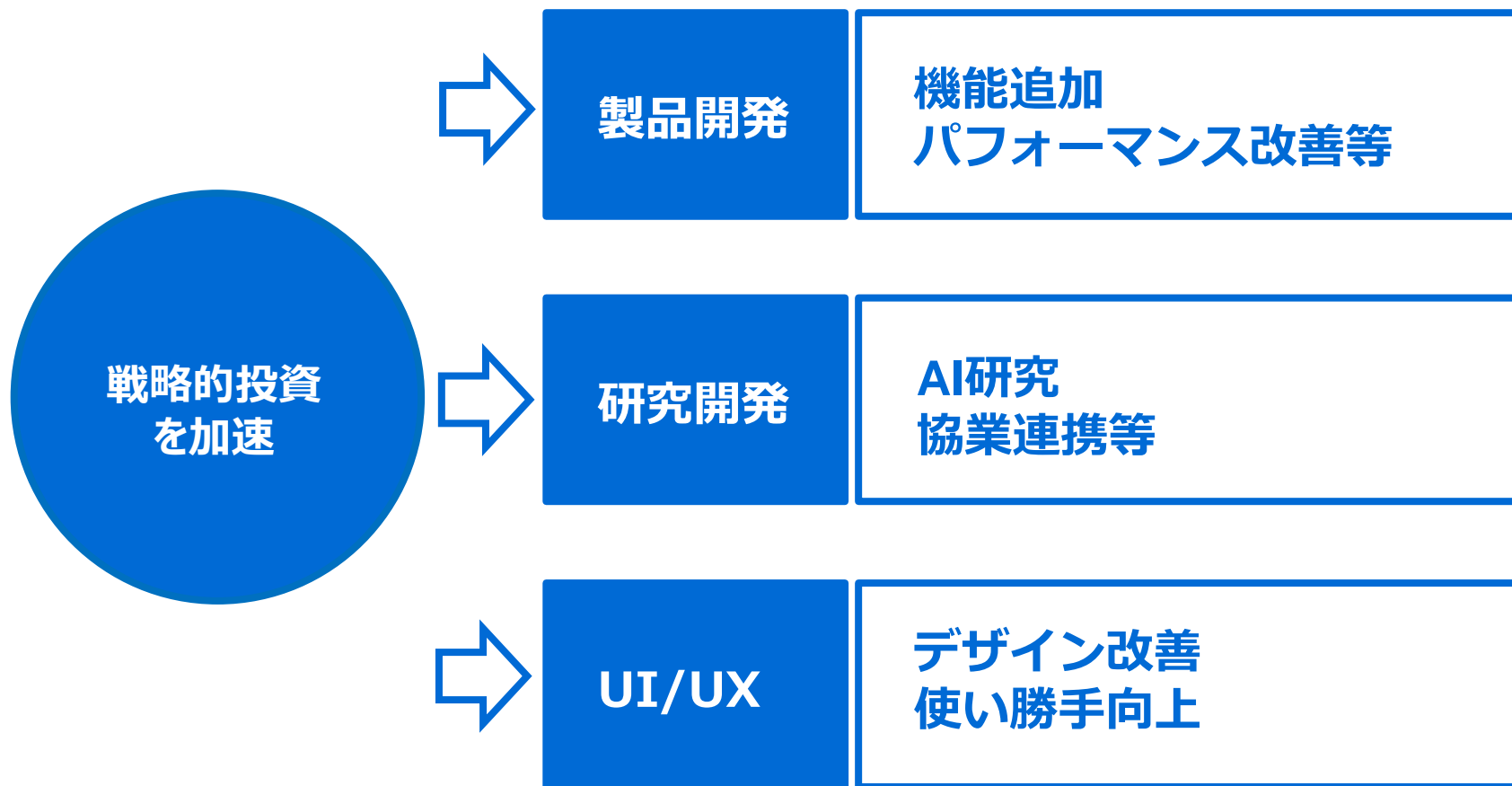


インサイドセールスで顧客のニーズを製品開発へ反映

インサイドセールスでお客様の生の声をヒアリングし、それを製品に反映することでプロダクトを強化。

1 営業イノベーション事業

1.3.1 プロダクト：研究開発への戦略的な投資を計画



1 営業イノベーション事業

1.3.2 サービス：カスタマーサクセスに向けて新たなサービスを提供開始



顧客アドバイザーサービス

従来の活用支援サービスを強化し、訪問型でのフォローに加えて、Web会議、電話会議などで活用のためのアドバイスを実施。



集合型ユーザー研修

システムの習熟度向上を目的とした研修で利用部門向けとシステム管理者向けに実施。9月からスタートし参加者は130名超。満足度85%。



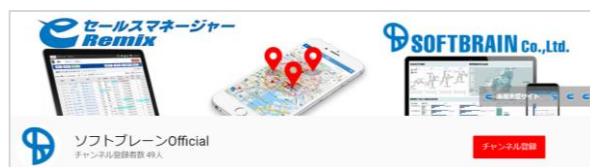
活用支援サイト

最新の機能や活用方法について調べたり、動画で学べるサイトを用意。単なるFAQではなく、やりたいことを検索して調べることが可能。

1 営業イノベーション事業

1.3.2 サービス：カスタマーサクセスに向けたサービスの強化を計画

クロスファンクショナルチームでカスタマーサクセスを実現



Youtubeチャンネルでの
動画コンテンツ活用



ユーザー向けセミナーを
スタート



活用支援サイトの
使い勝手向上とコンテンツ拡充

営業部門やコンサルティング部門などクロスファンクショナルチームでカスタマーサクセスに取り組み、CRM/SFAのさらなる定着と活用へ。

1 営業イノベーション事業

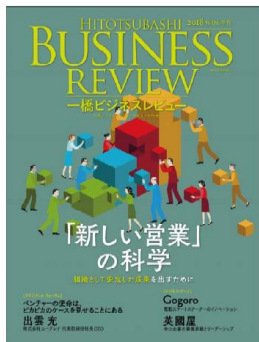
1.3.3 チーム：戦略人事の推進で組織力を強化

- 開発体制を強化
- 教育研修に積極的に投資
- 引き続き採用強化



1 営業イノベーション事業

1.4 その他



営業に関する科学的調査研究の研究論文を発表

東京大学大学院とソフトブレン・サービス社では世界で唯一営業の科学的調査研究を実施しており、その研究論文を一橋ビジネスレビュー2018年冬号の特集「『新しい営業』の科学」の中で発表。

「iOSデバイス運用代行サービスAMC（*）」をスタート

セキュリティ、技術相談、新規調達etc.



Apple Consultants Networkに加入しており、これまで450社を超える企業にモバイルコンサルティングを行ってきたソフトブレン・インテグレーション社のノウハウを活かし、企業のスマートデバイス運用・テクニカルサポートを行う新サービスをスタート。

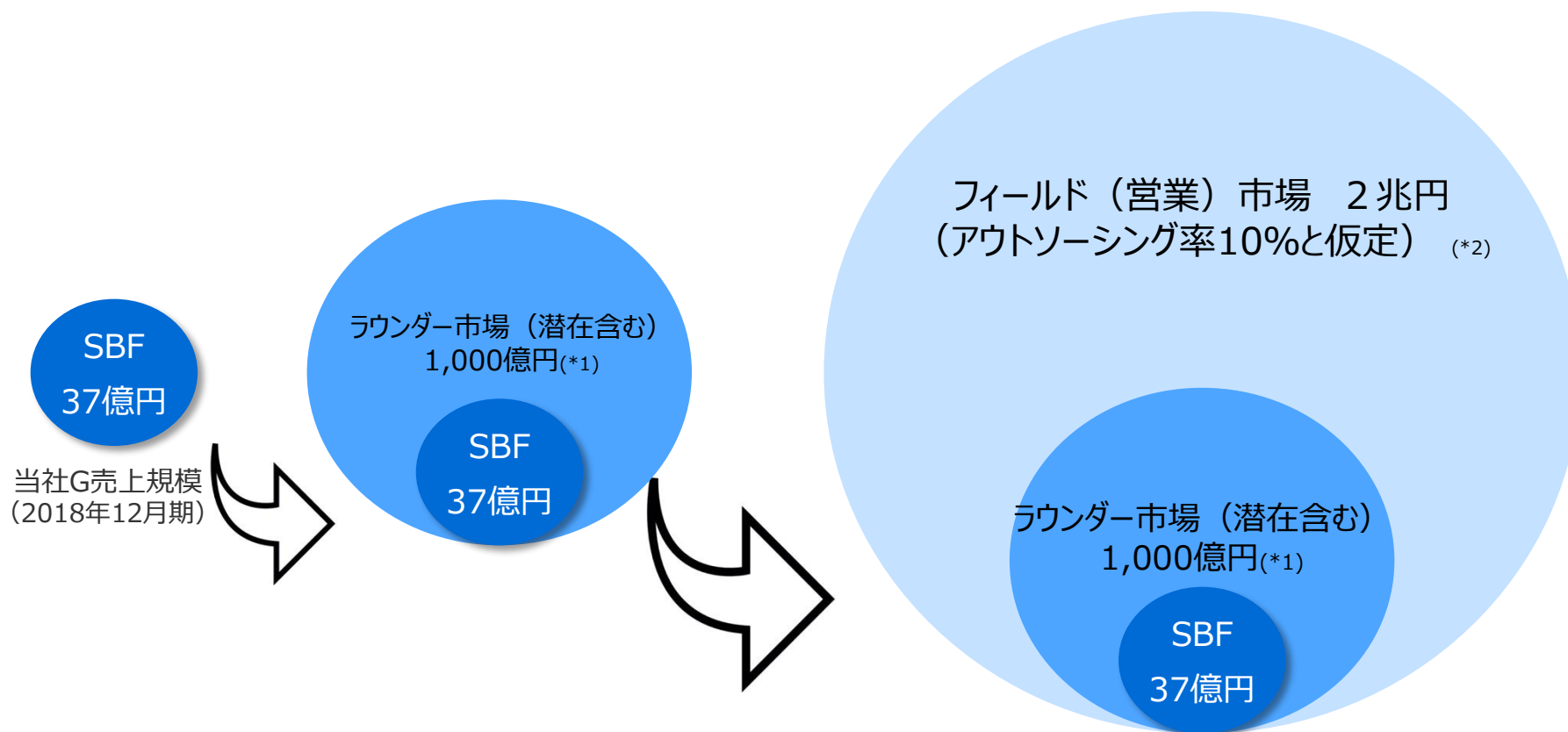
*Apple device Management Center

2 フィールドマーケティング事業の実績と計画

2 フィールドマーケティング事業

2.1 市場規模の分析

ラウンダー市場に加え、フィールド（営業）市場の大部分は、
アウトソースされておらず、大きな可能性を秘めた未開拓市場



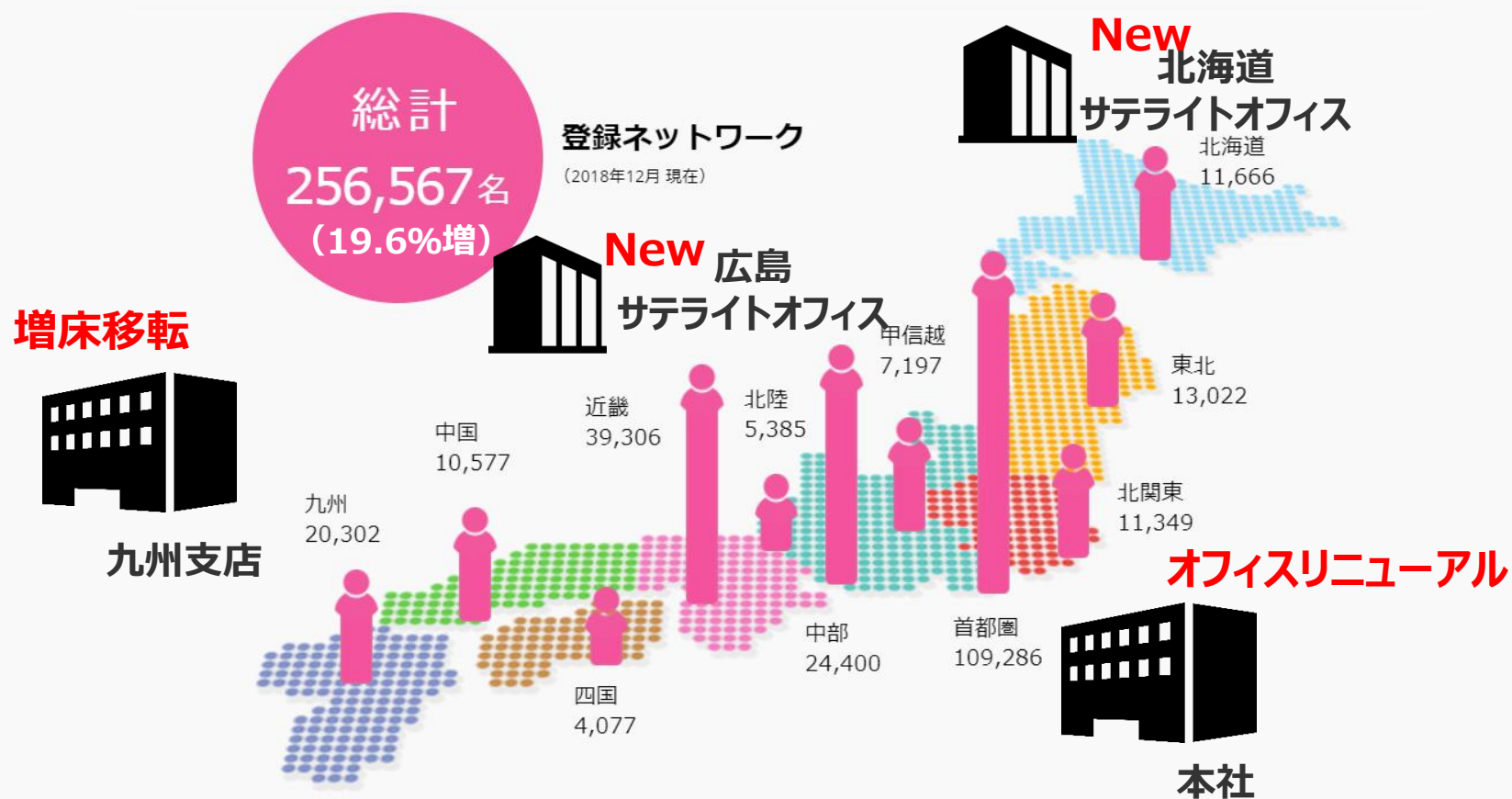
*1 主要消費財メーカーの営業規模をベースに推計

*2 統計局労働力調査(2015年)のデータより推計

2 フィールドマーケティング事業

2.2 フィールドマーケティング：2018年の取り組み

新規営業を強化するとともに北海道と広島にサテライトオフィスを開設。
また九州支店は事業拡大により増床移転。



2 フィールドマーケティング事業

2.2 フィールドマーケティング：機能強化とBtoB市場開拓

- 主要ターゲットである消費財メーカーへの提案を更に拡大
- これまで未開拓だったBtoB企業については取引数も増えてきたことから
フィールドマーケティングの提案を積極的に推進

あらゆる消費者接点へ

店頭フィールドマーケティングから



地方のホテルや旅館
への営業代行



車両関連事業所への
機器メンテナンス
営業代行

公共施設等
機器メンテナンス
営業代行



個人宅への訪問型
ユーザーサポート

2 フィールドマーケティング事業

2.3 POB事業：オリジナルブランドマスタの強化

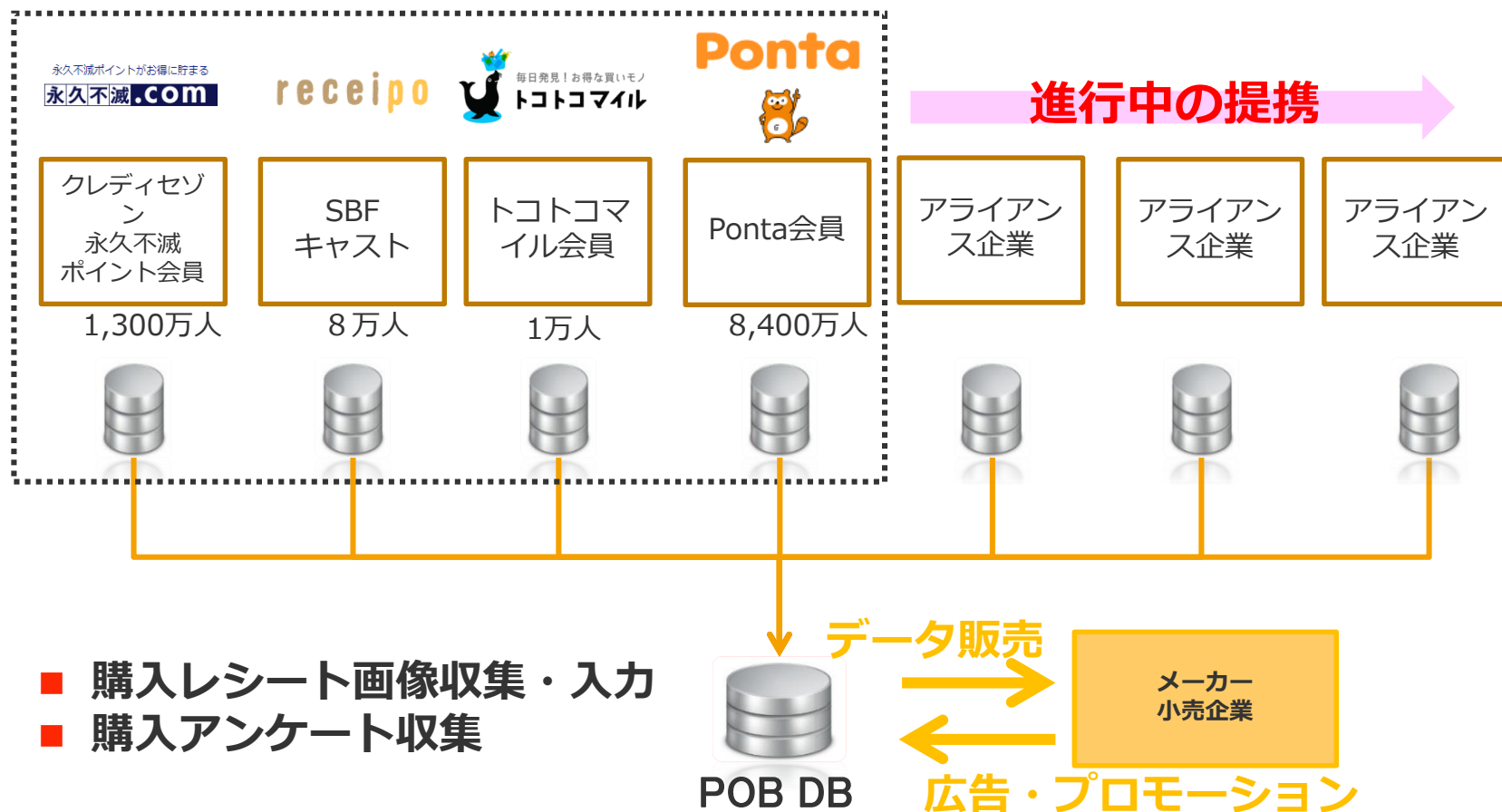
チェーン毎に表記の異なるレシート表記をJICFS/IFDB(※)ベースに統一したオリジナルブランドマスタの自動連携率を向上。



※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース（一財）流通システム開発センター

2 フィールドマーケティング事業

2.3 POB事業：アライアンスによる会員数の拡大を目指す



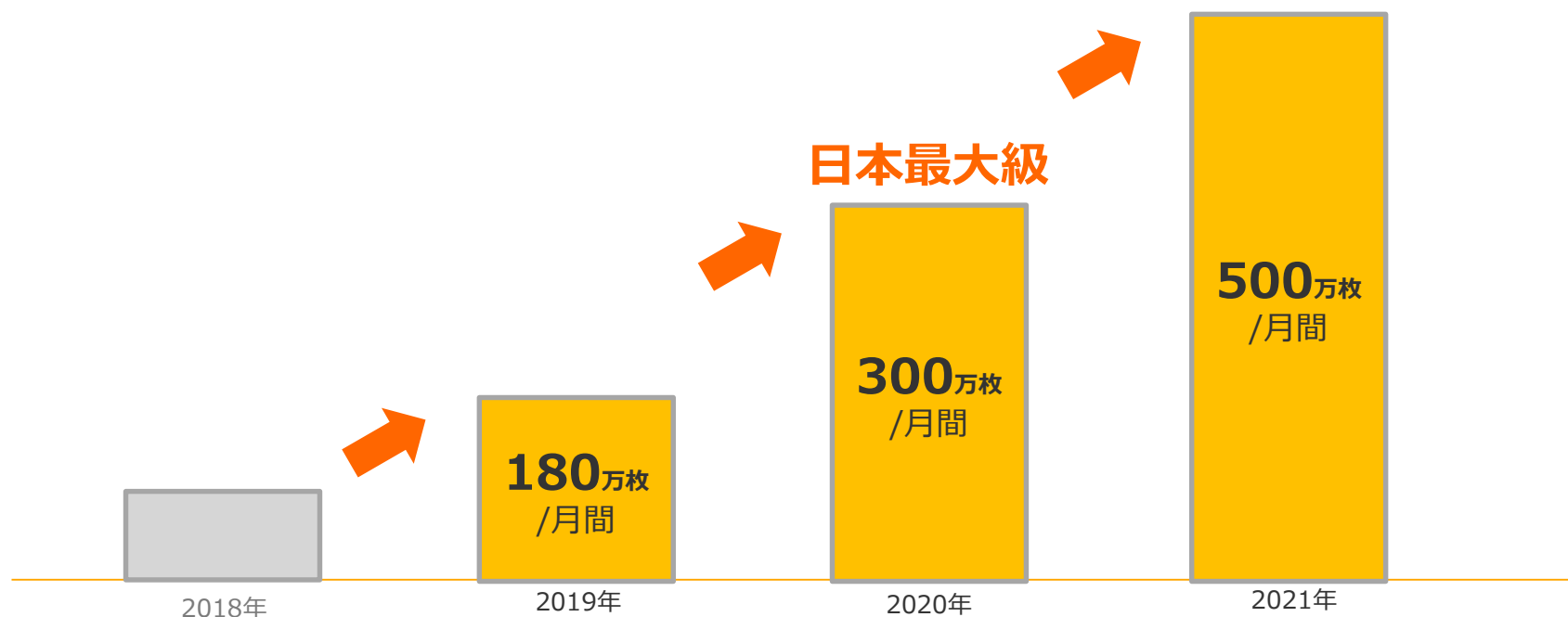
業務提携によるPOBデータ量の拡大

POB=Point Of Buy (購買理由付きデータ)

2 フィールドマーケティング事業

2.3 POB事業：事業の収益化に向けてデータ量の拡充を推進

業務提携によって消費者購買データは、**2020年に日本最大級になることを目指す**



コンテンツ

I. 本日のハイライト

II. 2018年12月期業績

III. 取り組み実績と計画

IV. 2019年12月期業績予想

Appendix

2019年度連結業績予想

- ・売上高+8.1%、営業利益+7.0%
- ・フローからストックへの収益構造を目指し構造改革を推進する
 - ① 営業イノベーション事業では研究開発、製品開発、UI/UX強化に戦略的投資を実施
 - ② フィールドマーケティング事業では、BtoB企業をターゲットにしたフィールドマーケティング提案を強化

単位：百万円	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する当期純利益
2019年12月期 業績予想	9,930	1,320	1,320	840
2018年12月期 実績	9,188	1,233	1,240	796
前年比	+8.1%	+7.0%	+6.4%	+5.4%

2018年度配当

配当方針

・連結配当性向30%を目安に安定的に配当を行う

単位：百万円	親会社株主に 帰属する当期純利益 (百万円)	年間配当 (円)	配当性向 (%)
2019年12月期 業績予想	840	8.5	29.7
2018年12月期 実績	796	8.0	29.4

コンテンツ

I. 本日のハイライト

II. 2018年12月期業績

III. 取り組み実績と計画

IV. 2019年12月期業績予想

Appendix

直近3か年の主な経営指標①

(単位：百万円)	2016年度	増減率	2017年度	増減率	2018年度	増減率
売上高	7,719	30.9%	8,091	4.8%	9,188	13.6%
営業イノベーション事業	3,606	17.9%	4,161	15.4%	4,692	12.8%
フィールドマーケティング事業	3,302	54.8%	3,177	-3.8%	3,763	18.4%
システム開発事業	533	20.0%	445	-16.4%	419	-5.8%
出版事業	277	5.8%	306	10.5%	313	2.1%
営業利益	1,014	49.5%	949	-6.4%	1,233	30.0%
営業利益率	13.1%		11.7%		13.4%	
経常利益	1,013	49.3%	952	-6.0%	1,240	30.2%
経常利益率	13.1%		11.8%		13.5%	
当期純利益	657	76.1%	636	-3.2%	796	25.2%
自己資本比率	63.5%		66.7%		65.4%	
1株当たり純資産額 (円)	116.09		132.79		152.94	
1株当たり当期純利益 (円)	22.46		21.71		27.18	
株価収益率 (倍)	17.6		19.1		15.9	

直近3か年の主な経営指標②

(単位：百万円)	2016年度	増減	2017年度	増減	2018年度	増減
流動資産	4,858	955	5,070	212	6,052	982
現預金	3,177	490	3,135	-42	4,010	875
売上債権	1,329	410	1,592	263	1,702	110
固定資産	496	-1	765	269	809	44
有形固定資産	77	12	137	60	124	-13
無形固定資産	323	16	461	138	526	65
投資その他の資産	95	-29	165	70	159	-6
流動負債	1,640	311	1,655	15	2,101	446
仕入債務	285	0	283	-2	324	41
有利子負債	156	0	156	0	156	0
固定負債	146	-58	95	-51	48	-47
有利子負債	140	-56	84	-56	28	-56
純資産	3,568	701	4,084	516	4,712	628
総資産合計	5,355	954	5,836	481	6,861	1,025

(単位：百万円)	2016年度	増減	2017年度	増減	2018年度	増減
営業キャッシュ・フロー	784	11	681	-103	1,461	780
投資キャッシュ・フロー	-234	-828	-519	-285	-314	205
財務キャッシュ・フロー	-58	141	-202	-144	-271	-69
現金及び現金同等物の増減額	489		-41		874	
現金及び現金同等物の期首残高	2,687	9	3,177	489	3,135	42
現金及び現金同等物の期末残高	3,177	489	3,135	-42	4,010	875

中期経営計画の基本方針

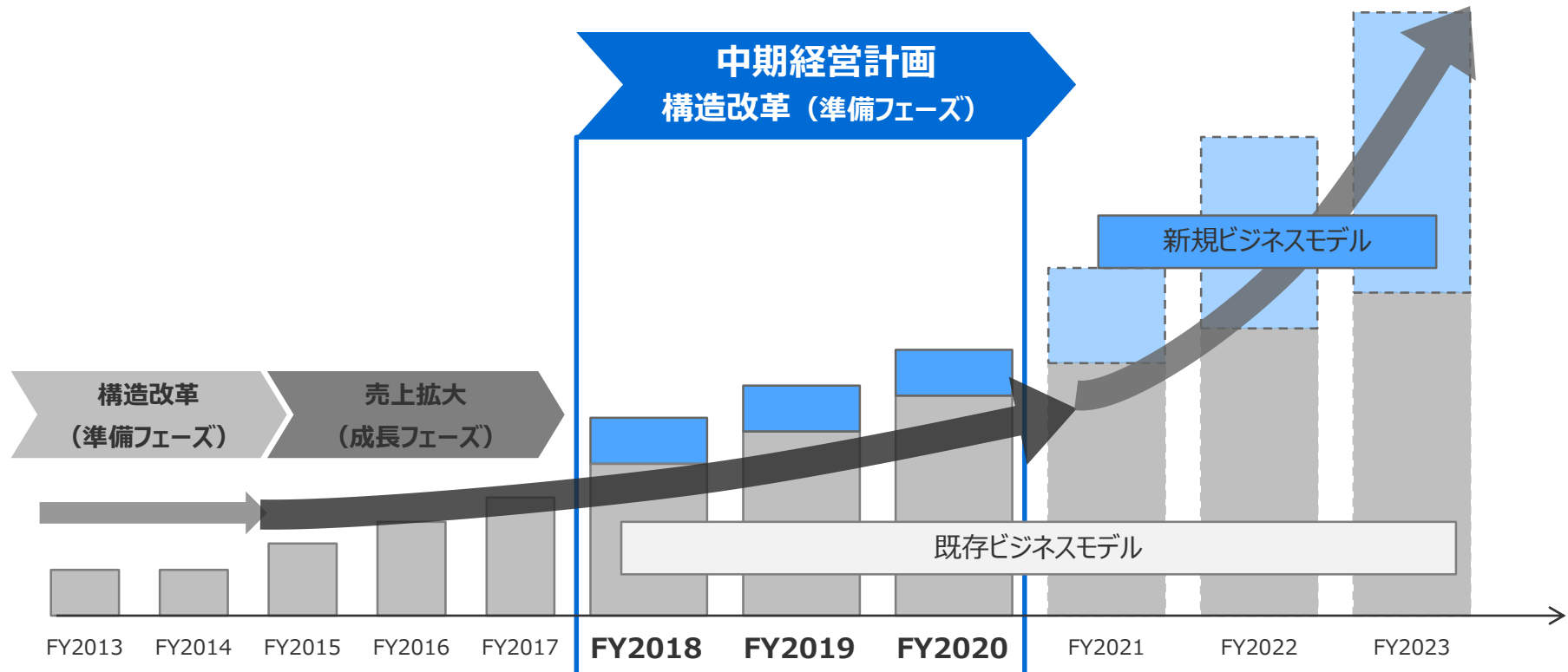
基本方針

収益構造の改革により、
2021年以降の急成長を目指す
「フローからストックの収益モデルへ」

重点施策

- ①既存ビジネスの継続成長
- ②新規ビジネスによる成長のための構造改革

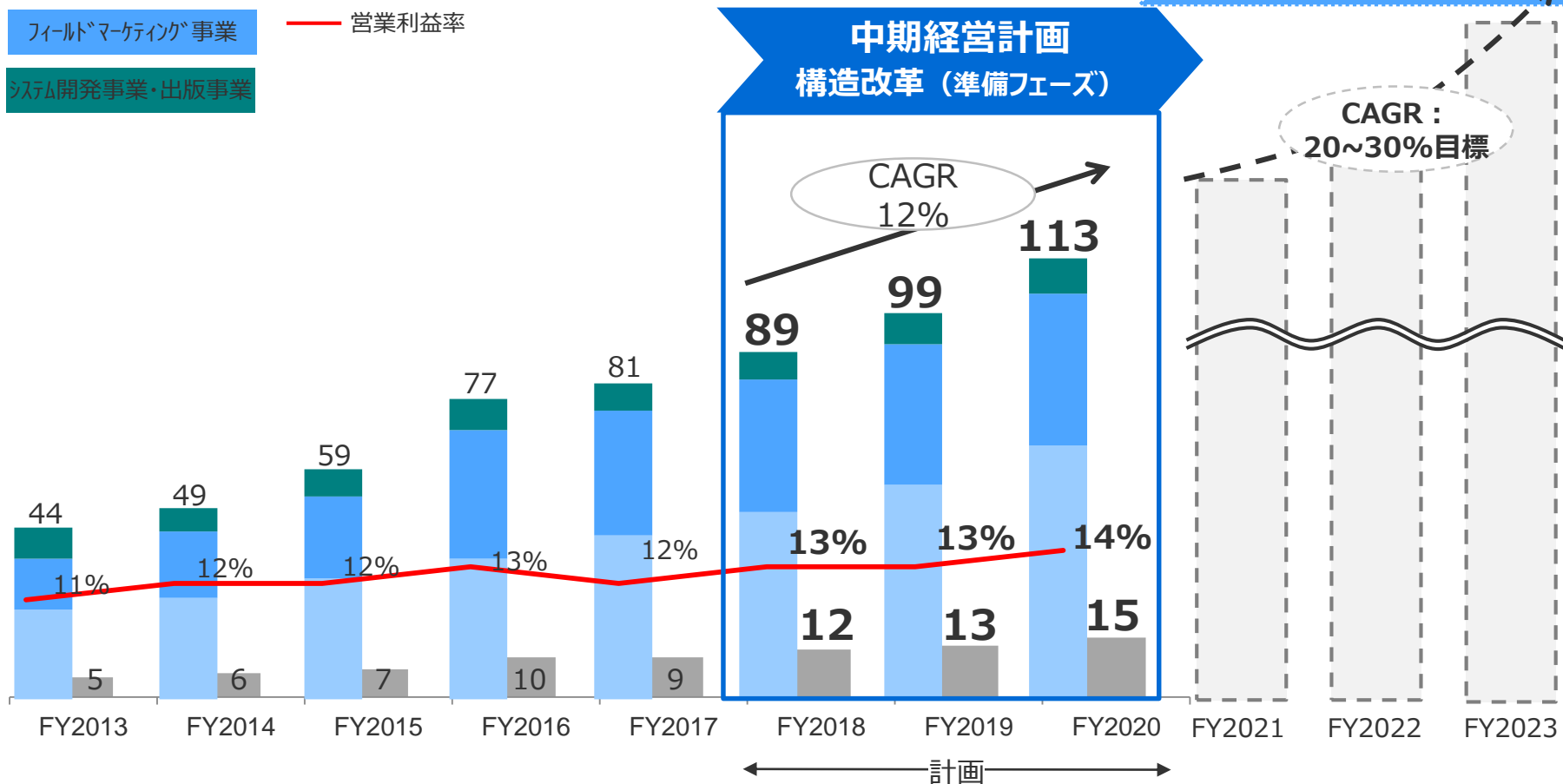
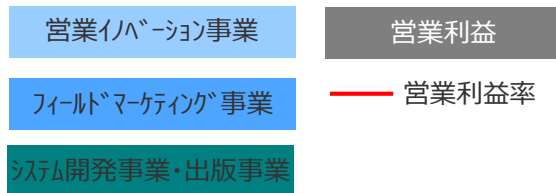
次中計対象期間
売上拡大（成長フェーズ）



事業セグメント別の数値目標

2020年度 売上**113**億円、営業利益**15**億円(営業利益率**14%**)

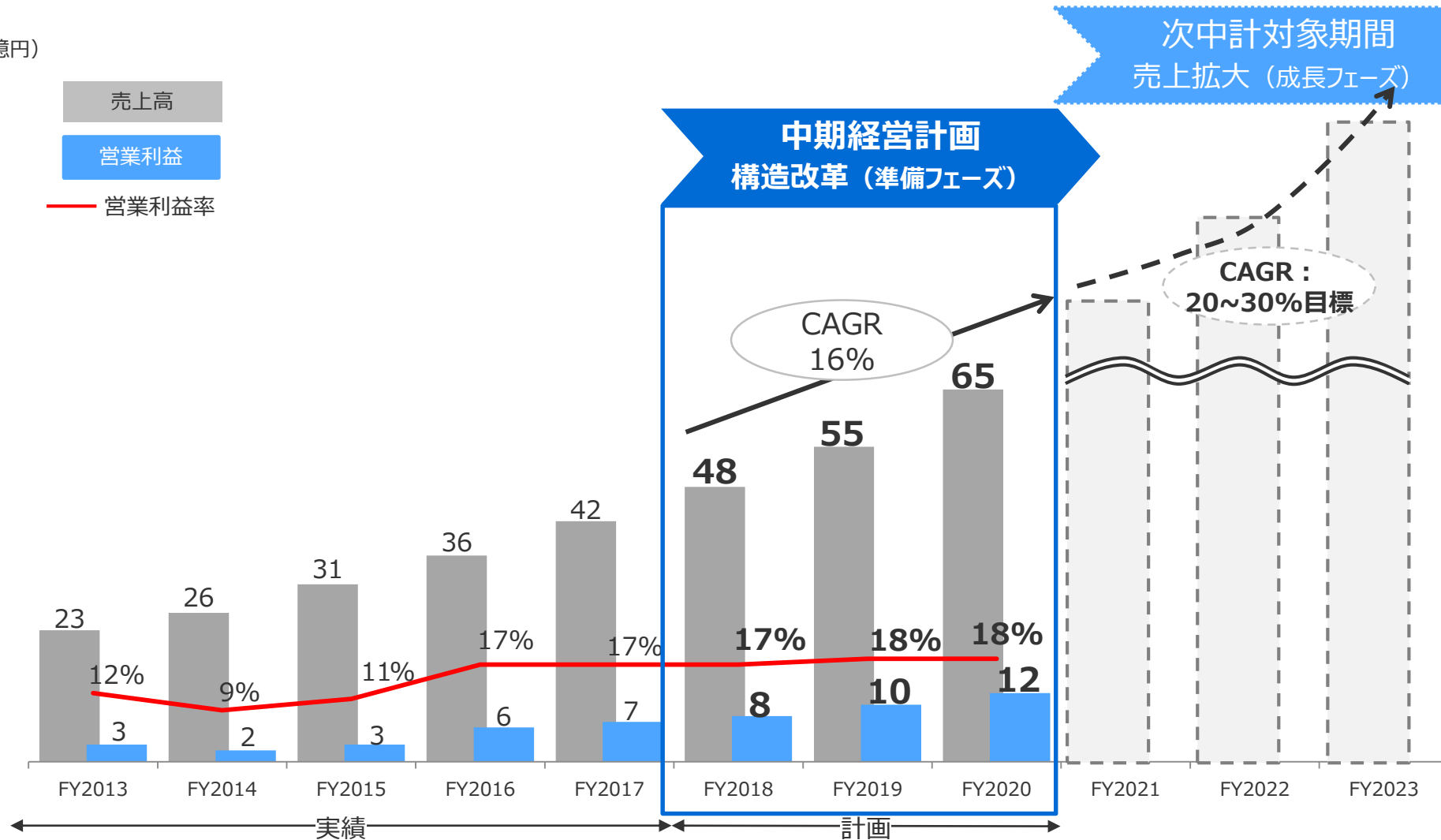
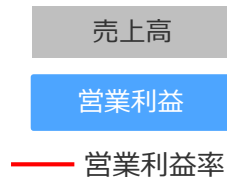
(単位：億円)



営業イノベーション事業 数値目標

2020年度に売上高**65**億円、営業利益**12**億円（営業利益率**18%**）

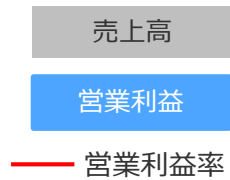
（単位：億円）



フィールドマーケティング事業 数値目標

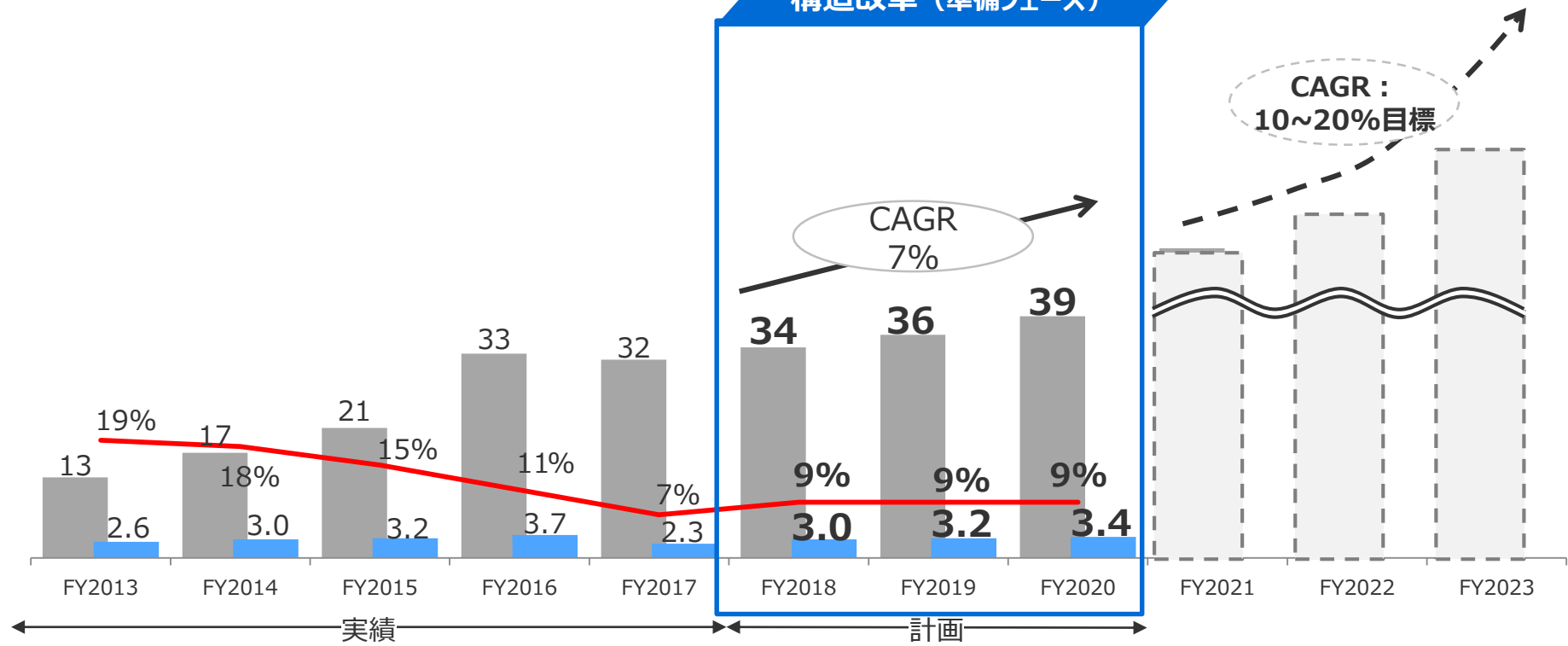
2020年度 売上39億円、営業利益3.4億円(営業利益率9%)

(単位：億円)



次中計対象期間
売上拡大 (成長フェーズ)

中期経営計画
構造改革 (準備フェーズ)



用語集

用語	意味
BI	Business Intelligence(ビジネス・インテリジェンス)の略で、企業の各部署がそれぞれに蓄積している膨大なデータを、収集・蓄積・分析・加工し、経営戦略のための意思決定を支援すること。
CRM	Customer Relationship Management(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)の略で、売上・利益に貢献する優良客を増やしてビジネスを成功に導く顧客志向のマネジメントのこと。
POB	Point of Buy®データベースの略で、全国の消費者から実際に購入／利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシートを通して集計したマルチプルリテール購買データベース。
SFA	Sales Force Automation(セールス・フォース・オートメーション)の略で、営業のプロセスや進捗状況を管理し営業活動を効率化するためのシステム。
カスタマイズ	お客様の業務タイプに応じてシステム仕様を改修すること。
クラウド	クラウドサービスプラットフォームからインターネット経由でコンピューティング、データベース、ストレージ、アプリケーションをはじめとした、さまざまな IT リソースをオンデマンドで利用することができるサービスの総称。
クラウドソーシング	不特定多数の人が集まって、業務支援を行う取り組み。
セルフサーブ型	お客様自らがデータインポートなど導入準備、システム設定変更等を行うことが可能なシステムのこと。
プロセスマネジメント	プロセスを管理することで結果を最大化するマネジメント手法のこと。 目指すべき結果に至る営業活動を分解し、そのプロセスを見える化し、標準化する。プロセスの計画・実行・計測・分析・改善(G-PDCA)することができるマネジメントの仕組みのことをいう。
ラウンダー	自社と取引のあるスーパーやドラッグストアなど自社製品の展示状況や他社製品の動向を調べて報告したり、販売促進のための企画を実践する仕事のこと。

免責事項

この資料は投資家の参考に資するため、ソフトブレイン株式会社（以下、弊社）の現状を理解いただくことを目的として、弊社が作成したものです。

当資料に記載された内容は、現時点において一般的に認識されている経済・社会等の情勢及び弊社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。

投資を行う際は、必ず投資家ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

 **SOFTBRAIN** Co.,Ltd.